

MARS 2009

Dossier de Presse

Rapid'Flore

des fleurs **plus souvent**



RAPID' FLORE « Des fleurs plus souvent »

SPECIAL FRANCHISE EXPO PARIS 2009

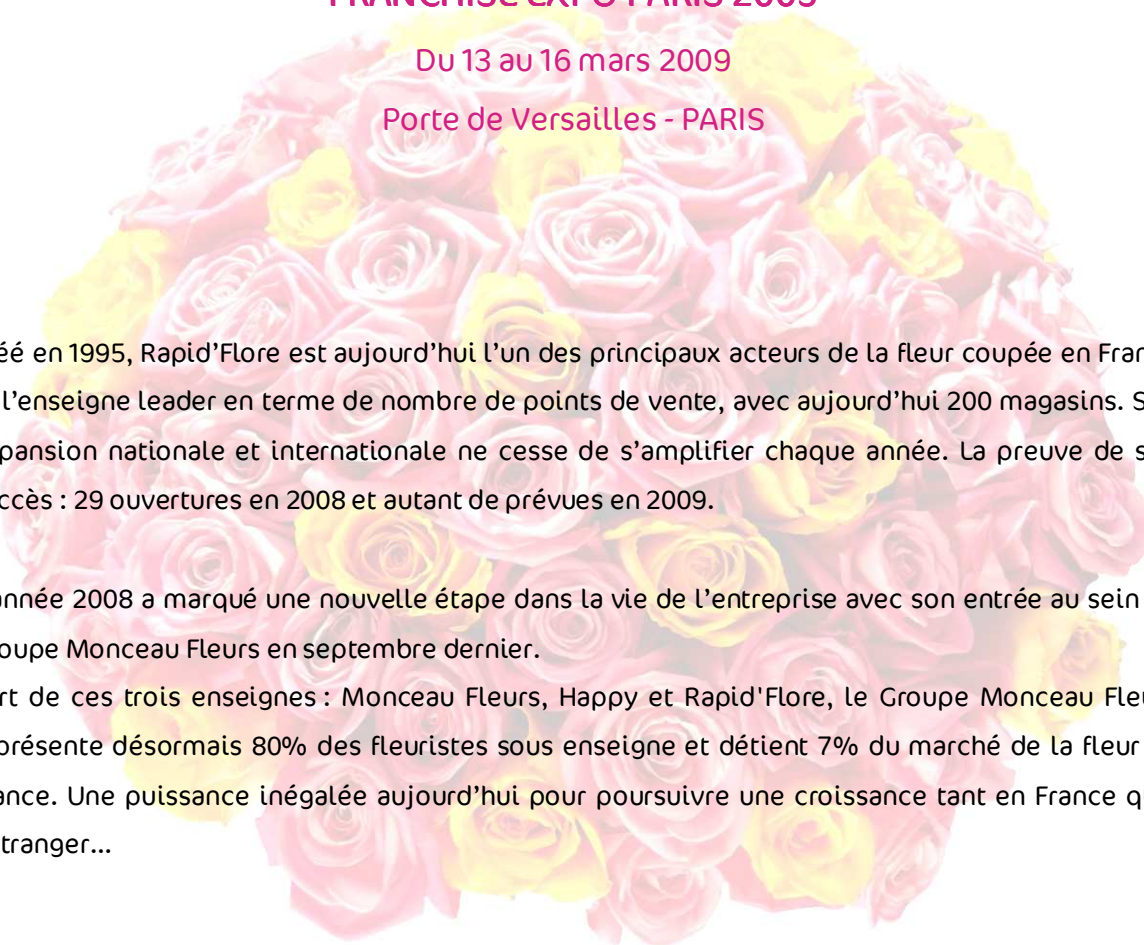
SOMMAIRE

- PAGE 3 : Rapid'Flore à Franchise Expo Paris 2009
- PAGE 4 : Rapid'Flore, un modèle innovant
- PAGE 5 : Historique
- PAGE 6 : Le magasin type Rapid'Flore
- PAGE 7 : Le parcours du futur franchisé
- PAGE 9 : La communication Rapid'Flore
- PAGE 10 : Paroles de franchisés
- PAGE 12: Devenir franchisé Rapid'Flore
- PAGE 13 : Contacts

FRANCHISE EXPO PARIS 2009

Du 13 au 16 mars 2009

Porte de Versailles - PARIS



Créé en 1995, Rapid'Flore est aujourd'hui l'un des principaux acteurs de la fleur coupée en France et l'enseigne leader en terme de nombre de points de vente, avec aujourd'hui 200 magasins. Son expansion nationale et internationale ne cesse de s'amplifier chaque année. La preuve de son succès : 29 ouvertures en 2008 et autant de prévues en 2009.

L'année 2008 a marqué une nouvelle étape dans la vie de l'entreprise avec son entrée au sein du Groupe Monceau Fleurs en septembre dernier.

Fort de ces trois enseignes : Monceau Fleurs, Happy et Rapid'Flore, le Groupe Monceau Fleurs représente désormais 80% des fleuristes sous enseigne et détient 7% du marché de la fleur en France. Une puissance inégalée aujourd'hui pour poursuivre une croissance tant en France qu'à l'étranger...

RAPID'FLORE : UN MODELE INNOVANT

Des fleurs plus souvent

Le concept Rapid'Flore, c'est la vente de fleurs coupées à prix attractif, en libre-service. En créant cette enseigne, l'ambition de Patrick Hautot, président fondateur, était d'apporter à l'univers du commerce de la fleur tout le savoir-faire et le dynamisme de la grande distribution : prix discount, fraîcheur et abondance de l'offre. Conjugaison des techniques de vente à prix discount avec le bénéfice de la proximité. C'est la clé de sa réussite et c'est dans cette logique que le réseau s'est développé en multipliant les initiatives.

Une franchise est une histoire d'hommes et de femmes qui aiment travailler ensemble. Rapid'Flore réunit des passionnés et les occasions d'échanger sont particulièrement multiples au sein du réseau. L'enseigne a mis tout son savoir-faire au service du développement et de l'épanouissement en offrant aux nouveaux partenaires qui rejoignent Rapid'Flore, des outils qui ont prouvé leur efficacité.

Une réussite qui se confirme avec des chiffres éloquentes : des fleurs coupées en nombre, un développement d'ouvertures des points de vente toujours croissant et plus rapide pour un réseau qui ne cesse de grandir.

Avec 200 magasins et plus de 4 millions de clients par an, le réseau Rapid'Flore est un réseau en pleine croissance grâce à son concept innovant et porteur éprouvé depuis 15 ans.





HISTORIQUE

Créée à Rouen en avril 1995 par Patrick Hautot et Benoît Rault, tous deux issus de la grande distribution, la franchise Rapid'Flore est un concept qui allie les techniques de vente à prix attractifs en libre service, à la qualité du produit recherchée par la clientèle.

1995 : Création de Floria Création par Patrick Hautot et Benoit Rault – ouverture du premier magasin pilote à Rouen, puis du premier magasin en franchise

1997 : Création de la centrale d'achats Flore Distri

2000 : Ouverture du 100ème magasin – Premier magasin en Master franchise en Belgique

2003 : Nouveau site logistique pour Flore Distri sur une plateforme de distribution plus vaste et mieux adaptée aux besoins des franchisés

2004 : Le cap des 150 points de vente en franchise est franchi

2005 : Premier magasin en Master franchise en Espagne – Pour son dixième anniversaire, l'enseigne est sur un rythme annuel de 25 ouvertures par an

2006 : Changement d'identité visuelle avec un nouveau logo plus moderne qui donne à l'enseigne de fleurs, un signe fort de dynamisme et d'ambition. Modification du mobilier intérieur afin de mettre en avant la bouquetterie et les compositions florales, produits générateurs de marge

2007 : Rapid'Flore est la première enseigne de fleurs à investir la télévision en lançant sa première vague sur TF1 à l'occasion de la St Valentin

2008 : L'enseigne poursuit son développement à l'international en ouvrant ses premiers points de vente en Italie et au Portugal. En septembre, Rapid'Flore intègre le Groupe Monceau Fleurs

2009 : Ouverture des 200^{èmes} points de vente, le 5 février, à Narbonne (11), Saint Dizier (52) et Gragny (27)



Le magasin type Rapid'Flore Une enseigne qui allie proximité et prix attractifs

- Une clientèle de proximité sur des villes à partir de 8000 habitants
- Une superficie de magasin comprise entre 80 et 120 m²
- Un CA moyen de 330 K€
- Implantations en axes entrants-sortants de ville sur des flux commerciaux forts

L'importance d'un emplacement bien choisi

La qualité de l'emplacement est l'une des clés essentielles de la réussite pour le concept libre-service Rapid'Flore qui repose sur les prix attractifs, le volume et l'achat d'impulsion.

L'équipe dédiée au développement Rapid'Flore fait bénéficier de son expérience à chaque nouveau partenaire pour optimiser les recherches et les négociations.

Performance de prix

Un magasin Rapid'Flore propose des produits de qualité à des prix attractifs. Pour proposer de tels prix, il faut pouvoir s'approvisionner aux meilleures conditions. C'est la principale raison d'être de la centrale d'achats, qui propose, chaque jour, les meilleurs produits, aux meilleurs moments et aux meilleurs prix.

Performance de service

Avec sa propre centrale d'achats, Rapid'Flore maîtrise parfaitement l'intégralité de la filière, des achats à la livraison. Des acheteurs sont présents sur le marché international de la fleur et s'approvisionnent dans tous les pays du monde, plus particulièrement en Hollande.

Les volumes traités permettent de bénéficier des technologies d'achats les plus performantes, d'être à l'écoute du marché et de suivre l'évolution des tendances. Les délais très courts d'approvisionnement garantissent la fraîcheur des produits.

Grâce à un système Intranet, le franchisé commande directement depuis son point de vente et est livré 2 à 3 jours après, aux portes de son magasin ! Une performance très efficace au service des franchisés.



LE PARCOURS DU FUTUR FRANCHISE

La formation : les clés de la réussite

Il n'est pas nécessaire d'avoir des connaissances florales pour devenir franchisé Rapid'Flore. La formation donnée par l'enseigne au nouveau partenaire va lui apporter toutes les compétences nécessaires pour réussir dans sa nouvelle activité professionnelle.

DEUX JOURNEES POUR FAIRE CONNAISSANCE

Avant de rejoindre un réseau en franchise, il est essentiel de prendre sa décision en parfaite connaissance de la philosophie et des méthodes de son futur franchiseur. C'est pour cette raison que Rapid'Flore a mis en place dès janvier 1998 « Les journées rencontres ». Durant deux jours, l'équipe Rapid'Flore est mobilisée pour présenter la société aux futurs franchisés, le concept, le marché de la fleur, le fonctionnement de la centrale d'achat, tous les éléments financiers nécessaires à connaître, etc.

Jeudi :

Le matin, les participants, accompagnés de Rabah ZIAT (responsable d'animation) et Dominique PRIEUR (responsable de la centrale d'achat) visitent la plateforme rouennaise. En guise d'introduction, la présentation de la centrale d'achat et des magasins intégrés, avec pour objectif, d'une part, de sensibiliser les candidats aux installations, et d'autre part de leur permettre d'appréhender au mieux les facteurs nécessaires à l'implantation d'un point de vente.

L'après midi est orienté sur la présentation du modèle en franchise Rapid'Flore avec notamment une approche financière via une réunion animée par Joël NIVELLEAU (Responsable Développement) et Bérengère GOUTTENOIRE (Chargée de Recrutement).

Vendredi matin :

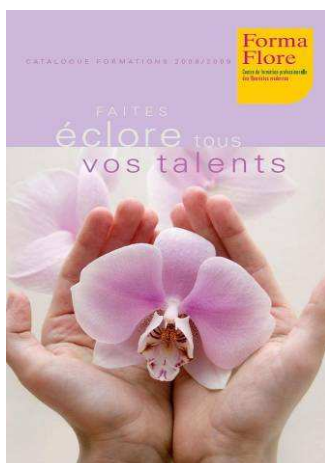
Cette demi-journée est consacrée à l'immersion dans un magasin intégré pour « vivre le concept » et s'imprégner du savoir-faire de l'enseigne. Une approche originale pour leur permettre d'imaginer l'ouverture de leur futur magasin.

C'est seulement à l'issue de ces deux journées que chacun, franchiseur et candidat, décideront ou non d'aller plus loin ensemble.

Les futurs franchisés passeront ensuite trois jours dans l'un des 22 magasins référents répartis sur toute la France.

LA FORMATION : Faire éclore les talents

FORMAFLORE, centre de formation professionnelle des fleuristes modernes



Parce que la formation est un investissement humain indispensable dans une entreprise moderne, Forma flore met en place des programmes de formations répondant aux besoins des franchisés pour développer leurs compétences.

Forma Flore permet aux candidats à la franchise une formation d'intégration afin d'acquérir la maîtrise des différents aspects du métier de fleuriste en libre-service (fleuristerie, gestion, management, marketing...). Aucune connaissance florale n'est nécessaire pour devenir un franchisé Rapid'Flore.

Cette formation se déroule pendant 4 semaines au sein des infrastructures Forma Flore et 1 semaine dans un magasin pour l'application des acquis.

Tout au long du contrat de Franchise, Forma Flore propose également de nombreuses formations continues adaptées au métier de fleuriste en libre-service.

L'investissement financier de ces formations peut être pris en charge, tout ou partie, par l'Organisme Paritaire Collecteur Agréé (OPCA) sous réserve d'éligibilité des stagiaires et de la disponibilité des fonds nécessaires.

LA COMMUNICATION RAPID'FLORE

Une communication au service des partenaires Rapid'Flore
Une communication pour vendre et fidéliser les clients.

La communication Rapid'Flore est au service des franchisés, afin que chaque magasin profite au maximum de la notoriété de l'enseigne.

Que ce soit pour son lancement ou tout au long de l'activité, le magasin bénéficie d'une organisation bien rodée. Toute l'année des promotions très dynamiques et des outils de communication sont à leur disposition pour booster le Chiffre d'Affaires.

Rapid'Flore a une stratégie de communication claire et efficace qui se résume dans son slogan : « Des fleurs plus souvent ».

Campagne télévisuelle : L'enseigne a été précurseur puisque dès janvier 2007, elle est devenue la première du secteur à investir les écrans : la campagne Rapid'Flore sur TF1 a su retenir toute l'attention des consommateurs et des professionnels.



Annonces presse : L'enseigne est également présente en presse, tout particulièrement en presse professionnelle.

Campagnes promotionnelles : L'ensemble des magasins dispose de nombreuses campagnes publi-promotionnelles très vendeuses. Des thèmes originaux, de la complicité et toujours des prix très compétitifs sont les ingrédients de la communication Rapid'Flore.

Sponsoring : L'opération de sponsoring avec Marc LEPESQUEUX dans la solitaire Afflelou Le Figaro, a grandement favorisé la visibilité de l'enseigne.

La notoriété de Rapid'Flore grandit notamment grâce à la force de sa communication attractive avec toujours pour ambition : donner aux consommateurs l'envie et la possibilité d'acheter des fleurs plus souvent !

PAROLES DE FRANCHISES



Sophie LEBLOND - 2 magasins Rapid'Flore

« J'ai un BTS assistante de direction et j'ai travaillé pendant 10 ans en tant que commerciale dans un négoce de sanitaire et de chauffage. Le commerce m'attirait beaucoup plus que de rester assise toute la journée derrière un bureau. Une publicité pour l'enseigne nous a séduits, mon mari et moi, et les journées découvertes dans la boutique de Granville en 1999 nous ont convaincus définitivement.



Notre progression a été régulière et aujourd'hui, nous accueillons 800 clients par semaine. La franchise ? Et bien c'est comme sur l'autoroute...certes il y a des péages (la redevance, le droit d'entrée) mais ça va plus vite que par la nationale. Si c'était à refaire, je le referais sans hésiter car l'appartenance au réseau Rapid'Flore permet de défendre un concept fort, de fédérer les esprits et de partager les expériences. »



Thierry BOURGAULT - 6 magasins Rapid'Flore

« Je suis franchisé Rapid'Flore depuis 7 ans. J'ai travaillé pendant vingt ans dans le commerce de vins, et à l'époque je suis allé au salon de la franchise sans intentions précises. Je suis tombé en admiration devant le concept et j'ai trouvé le contact avec les dirigeants très sympathique. C'était le début de l'aventure, et depuis j'ai ouvert 6 magasins. Le réseau Rapid'Flore me correspond car outre la rentabilité du concept, l'enseigne a su garder cet esprit familial et convivial grâce au dialogue permanent entre nous tous. »



Gisèle et Thierry HERVE - Le langage des fleurs à Narbonne

C'est le 5 février dernier que Gisèle et Thierry HERVE ont ouvert le premier magasin Rapid'Flore dans le département de l'Aude, sachant que d'ores et déjà ils ne comptent pas en rester là. La carrière professionnelle de Gisèle, secrétaire comptable dans une entreprise basée à Concarneau et Thierry, chef de secteur dans une enseigne spécialisée dans le bricolage, durant 15 ans, les conduira jusqu'à Agadir en 2006 où ils découvriront notamment une qualité de climat bien





différente de la Bretagne. De retour en France l'année suivante ils veulent se lancer à leur compte, de préférence en franchise et pourquoi pas dans le domaine de la fleur, un univers qui leur plaît. En se rendant au salon de la franchise à Paris en mars 2008, ils ont immédiatement le coup de foudre pour Rapid'Flore. Sentiment confirmé lors des 3 journées découvertes qu'ils effectuent à Rouen, au siège de l'enseigne. Le plus long sera ensuite de trouver l'emplacement idéal car ils veulent s'installer dans le sud. C'est à Narbonne, ville qui les a séduits pour sa qualité de vie, qu'ils vont finalement trouver un local remarquablement bien situé, juste en face de la gare et concrétiser ainsi leur nouveau projet de vie. A n'en pas douter, les Narbonnais vont être conquis eux aussi par le concept innovant de Rapid'Flore.

Jean Jacques LENOUEVEL – 2 magasins Rapid'Flore

Jean Jacques LENOUEVEL a ouvert son deuxième magasin Rapid'Flore, à 10 minutes d'Evreux, où il possède déjà un premier point de vente, créé en plein centre ville, en mars 2000.

Ce nouveau magasin, remarquablement bien situé, va permettre à une clientèle encore plus nombreuse, de s'offrir et d'offrir des fleurs encore plus souvent, en toutes circonstances et à prix tout doux.

Les franchisés Rapid'Flore sont parmi les premiers acteurs à contribuer à la croissance du nombre de points de vente de l'enseigne, pour preuve avec Jean Jacques LENOUEVEL qui ouvre un second magasin.

DEVENIR FRANCHISE RAPID' FLORE

Droit d'entrée : 15 000 €

Surface du local commercial : 80 à 120 m²

Investissement (hors pas de porte) : 140 000 € HT environ

Redevance d'exploitation sur CA HT : 5%

Cotisation publicité : 1,5% du CA TTC

Apport personnel minimum : à partir de 35 000 € suivant l'importance du projet

CA moyen : 330 000 €

Fourchette de CA : entre 260 000 € et 800 000 €

Zone d'implantation : passage piétons + voitures

Bassin de population concerné : villes à partir de 8 000 habitants





CONTACTS

Stéphane CLEMENT
Directeur du Développement

Bérengère GOUTTENOIRE
Chargée de recrutement

François Xavier LEBLEU
Responsable Communication

ZAC des 2 Rivières
Rue Saint Gilles
76000 ROUEN
Tel. 02 35 08 91 97 - Fax. 02 72 68 95 28
Email. developpement@rapidflore.com

Service presse : FH Conseil
Fabienne HERVE & Elodie GRENIER
Le Bel Ormeau - Bât E1 - Av Jean Paul Coste
13100 Aix en Provence
Tel. 04 42 90 08 35 - Fax. 04 42 22 73 98
Email. contact@fhconseil.fr